

Важливою умовою ефективного використання ресурсів для забезпечення розвитку є інтегрована взаємодія всіх ресурсів, що формують ресурсну базу розвитку підприємства.

Для того, щоб визначити статус ресурсів та їх роль у підтримці стратегії доцільним є використання такої їх характеристики як стратегічної готовності. Стратегічна готовність конвертується в матеріальну цінність лише тоді, коли внутрішні бізнес-процеси створюють більш високий рівень доходів, економічного прибутку, а також забезпечують приріст вартості підприємства для акціонерів.

Таким чином, стратегічна відповідність, інтегрованість, а також стратегічна готовність ресурсів формують концептуальний базис забезпечення ефективного розвитку підприємства

Література

1. *Афанасьев Н. В.* Управление развитием предприятия: Монография / Н. В. Афанасьев, В. Д. Рогожин, В. И. Рудыка. — Х.: Издательский Дом «ИНЖЭК», 2003. — 184 с.
2. *Ревенко Н. Г.* Управління ресурсами промислових підприємств в умовах перехідного періоду: Монографія / Н. Г. Ревенко. — К.: Ред. «Бюл. Вищ. Атестац. Коміс. України», 2000. — 256 с.
3. Conner, K.R., & Prahalad, C.K. (1996). «A Resource-Based Theory of the Firm: Knowledge versus Opportunism».

Махова Г.В., канд. екон. наук,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима
Гетьмана», Україна

Makhova Galyna, Candidate in
Economic Sciences, SHEE «Vadym
Hetman Kyiv National Economy
University», Ukraine

СТРАТЕГІЧНІ ПАРТНЕРСТВА ПІДПРИЄМСТВ У «НОВІЙ ЕКОНОМІЦІ»

Зміни умов функціонування сучасних підприємств, що характеризуються як «нова економіка», призводять до необхідності формування стратегічних партнерств. Вони дозволяють підприємствам набувати нових та підтримувати наявні конкурентні переваги.

STRATEGIC PARTNERSHIPS OF ENTERPRISES IN «NEW ECONOMY»

Changes in terms of functioning of modern enterprises, which are named «new economy», lead to necessary of strategic partnership's forming. Partnerships allow to get and support competitive advantages.

Прискорення процесів глобалізації, конвергенції галузей, прискорення розвитку технологій та інформаційних систем призводить до зміни правил конкуренції між сучасними підприємствами. Для набуття нових конкурентних переваг все частіше вико-

ристовуються стратегічні партнерства підприємств. Їх активне поширення зумовлено чинниками економічного середовища, формуванням так званої «нової економіки», якісно іншої у порівнянні із всім її попереднім розвитком.

У «новій економіці» змінюється традиційне сприйняття і роль часу та простору, усуваються географічні та національні кордони. Характерними рисами «нової економіки» є: зростаюча роль інновацій, зростання значення вартості і значення нематеріальних активів, інтелектуалізація товарів та послуг, фокус на надання послуг, а не на виробництво товарів.

У таких умовах для створення нових та підтримання вже набутих конкурентних переваг підприємствам недостатньо тільки власних ресурсів. Через це набула поширення концепція «співконкуренції» (co-opetition) — співробітництво плюс конкуренція, яка зосереджується на прийнятті правильного рішення щодо конкуренції або співпраці, традиційними стали принципи ділової поведінки «co-makership» та «win-win», які означають «разом зробимо — разом переможемо», що знайшло відображення у поширенні стратегічних партнерств майже в усіх сферах світової економіки.

Однією з головних причин формування стратегічних партнерств є можливість набуття таких компетенцій для досягнення стратегічних цілей, оволодіння якими самостійно неможливо або значно ускладнено. За думкою Г. Хемела та К. Прахалада саме «...створюючи або розвиваючи компетенції в одному чи більше учаснику...» партнерства набувають стратегічний характер.

Стратегічні партнерства як модель стратегічної поведінки підприємств носить дуальний характер: з одного боку, партнерства виступають важелем розвитку певної переваги в конкурентній боротьбі, тобто конкурентною стратегією підприємства, з іншого — співробітництво є одним із способів уникнення конкуренції і може розглядатися як реляційна стратегія, тобто така, в основі якої прагнення підприємств до встановлення відносин («реляцій») між собою.

На противагу загальноприйнятому уявленню про конкуренцію, само по собі поняття «партнерство» свідчить про союз між підприємствами, зобов'язання здійснювати взаємну підтримку, взаємодопомогу між партнерами. Підприємства приймають ці умови для забезпечення безпеки кожного з них, протистояння зовнішній загрозі. Але це не означає, що вступаючи до партнерства, компанія відмовляється від методів конкурентної боротьби.

Встановлюючи зв'язки з різними партнерами, підприємства намагаються «організувати ринок» з метою уникнення небезпечних ситуацій, знайти такі рішення, які дозволять суттєво знизити

ризик та невизначеність на ринку. Причому, в практиці спостерігаються одночасно і реляційний, і конкурентний тип поведінки.

Отже, вступ підприємства до партнерства, з одного боку, виступає як отримання нових (збереження існуючих) компетенцій, з іншого — як спосіб зменшити невизначеність зовнішнього середовища та зменшити ступінь ризику функціонування внаслідок формування партнерських відносин з іншими учасниками ринку. При цьому спільна діяльність в межах партнерства базується на взаємовигідному використанні партнерських ресурсів, досвіду, знань, спільному взаємному навчанні.

Стратегічні партнерства підприємств на сьогодні є невід'ємним елементом ринкових відносин, а їх формування є одним зі способів забезпечення розвитку підприємств в умовах «нової економіки».

Література

1. Кузнецов А.В. Новая экономика и новая экономическая парадигма // Экономическая наука современной России. — 2002. — №2. <http://www.ifs.ru/upload/neco.pdf>

2. Хэмел Г. Стратегическая гибкость / Г. Хэмел, К. Прахалад, Г. Томас, Д. О'Нил; пер. с англ. — СПб.: Питер, 2005. — 386 с.

Мельник О.В.,

ст. викл. кафедри стратегії підприємства, ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Melnyk O.

Sen. lec. Department of Strategy enterprises, Vadym Hetman Kyiv National Economic University, Ukraine

РИНКОВА ВАРТІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

Здійснено спробу дослідити роль нематеріальних активів у процесі створення ринкової вартості підприємства, а також механізм їх перетворення у стратегічні ресурси фірми.

ENTERPRISE'S MARKET VALUE IN THE CONTEXT OF INTANGIBLE ASSETS

An attempt to explore the role of intangible assets in the process of establishing the market value of the company and the mechanism of their transformation in the firm's strategic resources.

Сучасні тенденції розвитку економіки, посилення ролі нематеріальної, інформаційної складової та знань для виробництва конкурентоспроможної продукції призвели до того, що з'явилась